

Potenciar el talento humano enriquece la cultura institucional de las organizaciones: Resultado de
la Investigación/Acción Participativa en la OSP Fraternidad Internacional de Jóvenes - IYF
Colombia

Ensayo

Realizado por:

Esmeralda Rincón Velandia

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD José Acevedo y Gómez, Bogotá, febrero 2021

Tabla de Contenido

Resumen	3
Palabras Clave	3
Potenciar el talento humano enriquece la cultura institucional de las organizaciones:	
Resultado de la Investigación/Acción Participativa en la OSP Fraternidad Internacional	
de Jóvenes - IYF Colombia.....	5
Conclusión.....	13
Referencia.....	14

Resumen

Este ensayo argumentativo tiene el propósito de mostrar el resultado de un ejercicio de Investigación/Acción Participativa - IAP, en el contexto del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación como opción de grado, que tuvo como principal logro, potenciar las competencias y habilidades comunicacionales en los integrantes del equipo del área de comunicaciones de la Organización Social Participativa - OPS: Fraternidad Internacional de Jóvenes – IYF. Inicialmente se desarrolló un ejercicio diagnóstico a partir de la aplicación de la entrevista como herramienta para la recolección de datos cualitativos, y el sociograma como instrumento utilizado en la teoría de redes, para visualizar las relaciones y vínculos de los actores participantes en el proceso, con el propósito de reconocer el estado de la comunicación interna y externa de la organización, y su red de relaciones sociales. A partir del resultado del diagnóstico se propuso a la OPS realizar un proceso de fortalecimiento del equipo de comunicaciones con talleres teórico/prácticos para trabajar en la producción de contenidos direccionados a los stakeholders de la organización, los cuales fueron orientados por profesionales de los ámbitos de la comunicación, el periodismo, la publicidad y el mercadeo. En la evaluación de la intervención, los directivos de la OPS reconocieron la mejora en la comunicación interna, evidenciado cambios positivos en el ambiente de trabajo, aportando al enriquecimiento de la cultura institucional y, por ende, al fortalecimiento y cumplimiento de la misión institucional de la organización.

Palabras Claves: Organización Social Participativa (OSP), investigación/acción participativa (IAP), sociograma, redes sociales, social media.

Potenciar el talento humano enriquece la cultura institucional de las organizaciones:

Resultado de la Investigación/Acción Participativa en la OSP Fraternidad Internacional de Jóvenes - IYF Colombia

“El estudio de redes complejas combinando lazos familiares, de amistad, de vecindario, de trabajo y con profesionales daría una comprensión más completa de las comunidades en las que se desea realizar la intervención social, permitiendo así crear recursos utilizables a nivel comunitario y no solo a nivel individual”.

Ainhoa de Federico de La Rúa.

La Fraternidad Internacional de Jóvenes – IYF Colombia, fue creada como una organización juvenil sin ánimo de lucro en el año 2001 en Corea del sur por el líder Ock Soo Park. Su principal objetivo y basados en una mentalidad cristiana, es formar jóvenes dirigentes con una visión global para que proporcionen soluciones reales a los problemas de la sociedad. A la fecha la fundación tiene voluntarios trabajando en más de 200 sedes y cuenta con representación en 94 países. En el país, IYF Colombia ha liderado programas educativos y de integración social con el fin de aportar a este objetivo, no obstante, la necesidad primordial de contribuir a resolver situaciones no desde las consecuencias sino desde la raíz de los problemas, enfocándose en atender con urgencia las dificultades de la población juvenil relacionados con suicidio y violencia intrafamiliar e interpersonal, por una parte, y necesidad de oportunidades para acceder a educación. En Colombia la violencia deja cada año numerosas víctimas, muchas de ellas niños y jóvenes a quienes no les llega ayuda del estado.

Los jóvenes que ingresan a IYF se preparan constantemente para contribuir en las soluciones a las diferentes problemáticas sociales, y tener la capacidad de afrontar y contribuir a la resolución sucesos relevantes de su país. El objetivo a corto plazo es vincular diez mil miembros, hombres y mujeres voluntarios entre 16 y 35 años, de los cuales doscientos serán

formados para ser enviados como voluntarios internacionales en el programa de Good News Corps (GNC).

Durante el periodo junio/diciembre de 2019, como ejercicio de Investigación-Acción Participativa (IAP) se realizó un trabajo de reconocimiento, diagnóstico y asesoría orientado al fortalecimiento de las redes sociales de la Organización Social Participante, en adelante OSP, la Fraternidad Internacional de Jóvenes - IYF, en adelante IYF Colombia, con el objetivo de examinar la gestión de la comunicación interna y externa de la OSP, en relación con los stakeholders (partes interesadas) beneficiarios, voluntarios, aliados estratégicos y empleados de la organización, identificando las prácticas sociales que desarrollan al interior de la organización como comunidad; con la comunidad beneficiaria y con sus patrocinadores, haciendo una revisión de los programas que implementan y su orientación, así como necesidades y problemáticas.

El trabajo de campo realizado permitió a los participantes del proceso, involucrarse de manera reflexiva en las prácticas sociales cotidianas al interior de la OSP, y en las comunicaciones externas, logrando el reconocimiento de elementos de la cultura institucional, con el análisis cualitativo de la red de relaciones sociales definidas por Rúa (2008) como “...un conjunto de actores, un tipo particular de relaciones” (p.11). Para este propósito de reflexión sobre las prácticas sociales, se toma la siguiente definición de Rúa (2008):

El análisis de redes concibe el sistema social como redes de relaciones sociales, conjuntos de vínculos entre actores sociales (individuos, instituciones, grupos, clases (...), no como conjuntos de entidades o individuos atomizados y desvinculados por el fraccionamiento estadístico, que es el enfoque del paradigma clásico dominante. (p.132)

Al aplicar este análisis a la OSP, se observó el estado de situación actual de la organización, detectado algunas debilidades, por ejemplo, la realización de convenios ejecutados

una sola vez, o la falta de continuidad en procesos de fidelización de los aliados estratégicos.

Debilidades que implican una inversión de tiempo y esfuerzos desaprovechados para crecer y consolidarse en el país como resultado de no hacer un seguimiento estratégico para mantener el contacto permanente y fortalecer los vínculos creados con aliados y patrocinadores.

Como resultado de este ejercicio diagnóstico, se propuso y ejecutó un proceso de formación teórico-práctica, consistente en la realización de talleres de capacitación en manejo de redes de relaciones sociales, redacción, fotografía, diseño y edición de vídeos para la producción de contenidos, así como en manejo de la social media (aplicaciones para redes sociales virtuales).

Al hacer el primer acercamiento y tomando la información general obtenida de una serie de entrevistas tanto al equipo de comunicaciones como a sus directivos, se detectó que siendo una organización tan grande, poco se sabe de ella en nuestro país, se vio la necesidad de hacer un análisis de las herramientas comunicaciones utilizadas para la difusión de sus actividades y programas sociales, y con un trabajo de campo se evidenció que la fundación puede contar con una serie de aliados estratégicos en quienes se pueden apoyar para hacerse visibles, y de esta manera poder cumplir con los objetivos propuestos.

El modelo educativo creado por Ock Soo Park, surgió en 1995 como una solución a los diversos problemas sociales que cada país experimenta. Este modelo se centra en el Cambio de la Mentalidad, y se enfoca en superar las limitaciones de la educación basada en el conocimiento con el único objetivo de fortalecer a los jóvenes para que tengan una mentalidad sana y un corazón fuerte, es así como descubren las capacidades que tienen para superar las adversidades.

Desde el año 2005 IYF Colombia ha implementado programas como la Escuela de Formación Artística, formación para el voluntariado, academias y campamentos interculturales cuyo eje ha sido el programa de conferencias para el cambio de la mentalidad, buscando transformar e impactar la vida de los jóvenes colombianos, sus familias y su comunidad, al

trabajar fundamentalmente en el cambio de mentalidad y la conducta de los individuos, y, por ende, el alcance de sus metas y propósitos de vida desde una perspectiva relacional, en la que fortalecen la interacción de las personas con la organización en el ámbito espiritual, un aspecto que marca, precisamente, el carácter de las relaciones al interior de la OSP.

Según el autor Ainhoa de Federico de la Rúa, las investigaciones se centran a menudo en las redes personales de los individuos con necesidades particulares, por lo cual es necesario profundizar en la indagación y examinar las redes que van más allá de lo personal, en este caso, lo que está más allá de la organización misma. Afirmar Rúa:

El estudio de redes completas combinando lazos familiares, de amistad, de vecindario, de trabajo y con profesionales daría una comprensión más completa de las comunidades en las que se desea realizar la intervención social, permitiendo así crear recursos utilizables a nivel comunitario y no solo a nivel individual. (Rúa, 2008)

La Escuela de formación artística donde los jóvenes reciben clases de danza, teatro y música, les permite hacer intercambios culturales, y transmitir estos aprendizajes motivacionales a los demás miembros de la comunidad. Por otra parte, la inmersión en una lengua extranjera hace que los jóvenes amplíen su visión del mundo y que no vean el desconocimiento del idioma como un obstáculo, entendiendo el aprendizaje de una segunda lengua la apertura de una puerta fundamental al conocimiento de a otras culturas.

En cada una de las actividades que se realizan, ya sean lúdicas, de aprendizaje y formación, están enfocadas al trabajo por y para la sociedad. Cursos de educación / métodos de aprendizaje: conferencias o clases, debates, presentación individual o grupal, actividades lúdicas en las que a través del juego se evidencia la validez de los contenidos conceptuales presentados en las conferencias, ejercicios de escritura cuyo objetivo es identificar y reconocer la manera en

que la mentalidad determina las conductas y estilo de vida propios y sus repercusiones para la sociedad.

IYF Colombia, genera espacios de servicio a la comunidad, identificando y creando solución a problemas sociales, recurriendo a la cultura como principal herramienta de transformación del entorno y del ser individual, no obstante, si bien, dentro de la fundación y sus miembros voluntarios no se evidencia situaciones de discrepancia, se ha detectado la falta de comunicación y continuidad en las actividades que se promueven con otras comunidades. Se implementan acciones de trabajo con el fin de llegar a otras poblaciones y hacer visible la labor que IYF realiza, pero estas actividades no generan eco y se quedan estancadas. Identificar esta situación ha sido uno de los principales resultados de la investigación. La comunicación con los stakeholders es fundamental y su fortalecimiento una necesidad que debe abordarse de manera integral. Frente

Realizar procesos de formación dirigidos a desarrollar y fortalecer competencias y habilidades comunicacionales en los integrantes de las organizaciones consolida la cultura institucional, al potenciar el talento de quienes conforman la organización, logrando con ello enfocar los esfuerzos para conseguir lo establecido en la visión y la misión de la entidad. En este sentido, para abordar la situación comunicacional organizacional de la OPS, se parte de una mirada amplia sobre la comunicación señalada por Beltrán (1979) quien resume su definición como:

Aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el propósito principal de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor; es

decir, producir ciertos efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o, en una palabra, persuasión. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos del comunicador.

(p.5)

Inicialmente, el proceso de intervención comienza con Laura Peña, líder del equipo de prensa y comunicaciones, es una joven de 21 años, con estudios de bachillerato y con muchas ganas de aprender, desde pequeña ha vivido dentro de la fundación con las comodidades básicas, sin tener los recursos para continuar sus estudios superiores, sin embargo, de manera empírica aprendió a utilizar la cámara de fotografía y a desarrollar habilidades de comunicación pese a su timidez. Su buena disposición y el conocimiento minucioso de todas y cada una de las actividades de la organización fueron fundamentales para involucrar a directivos y miembros de la OSP en el proceso de Investigación-Acción Participativa.

El primer momento de formación se realizó con Laura, logrando en poco tiempo generar en ella confianza y auto-reconocimiento de sus habilidades, y desde su rol de líder, ser el eje central en el proceso de investigación, coordinando y articulando todas las áreas que conforman el esquema organizacional de IYF Colombia, fue así como se identificaron las fortalezas y debilidades de la organización.

Una vez realizado el trabajo de observación, y tomando la información general obtenida de las entrevistas aplicadas tanto al equipo de comunicaciones como a sus directivos, se detectó que siendo una organización internacional, con sede en más de 90 países, poco se sabía de la OSP en Colombia, evidenciando que los procesos comunicativos utilizados hasta ese momento presentaban falencias por falta de capacitación, organización, continuidad en los procesos y el adecuado diseño de estrategias en la comunicación organizacional. En medio del ejercicio pedagógico de formación, se procedió a revisar y analizar los medios y mediaciones utilizadas

para la difusión de sus actividades y programas sociales, con lo cual se concluyó que, la fundación podía mejorar las comunicaciones internas y externas, al crear una estrategia de comunicación que recogiera de nuevo red de aliados estratégicos para iniciar una campaña de difusión de contenidos socializar los objetivos misionales de la OSP. Para lograr la identificación y el contacto efectivo de esta red de aliados, se utilizó como herramienta de mapeo el sociograma

El sociograma, instrumento técnico que emana de la teoría de grafos y es aplicado en la teoría de redes, se muestra aquí como un elemento de tra-bajo en la intervención e investigación participante, siendo a su vez un cauce por el que los actores intervinientes visualizan su propia situación compleja. En el análisis de redes al uso el sociograma se elabora a partir de tests y matrices sociométricas; en este caso surge desde un plano no cuantitativo, mediante el análisis de textos y discursos, la intervención de los actores participantes en el proceso y con la intención de rearticular las redes sociales. (Martín, 1999, p. 151)

La utilización del sociograma como instrumento técnico aplicado en la teoría de redes, les permitió a Laura, al equipo de comunicación y los directivos, visualizar y comprender la situación real de la organización. Con la enseñanza de la aplicación de este instrumento a los actores, se consolidó una base de datos de aliados estratégicos y patrocinadores de organizaciones gubernamentales y privadas, logrando también la identificación de organizaciones que pueden integrar esta red de aliados, consiguiendo con ello, ampliar el capital social de la fundación.

En el desarrollo de este segundo momento de aplicación de sociograma, para lo cual se realizaron entrevistas, diálogos informales e incluso, la participación en eventos de la organización, se identificó la necesidad de extender el proceso de formación al equipo de comunicaciones, por lo cual, se procedió a diseñar un programa teórico-práctico que permitiera

capacitar al equipo para aportar en el diseño, implementación, seguimiento y evaluación de la estrategia comunicación para la gestión y fidelización de la red de aliados.

Es así que, recurriendo al capital social de relaciones con profesionales en comunicación, periodismo, publicidad y áreas afines, con experiencia en medios de comunicación a nivel nacional e internacional, se planificaron los cursos de capacitación, garantizando con ello, la calidad y capacidad para desarrollar talleres en: redacción, fotografía, diseño, edición de vídeos y manejo de redes sociales, orientados al fortalecimiento de la comunicación organizacional.

Los talleres se diseñaron a partir del resultado de la indagación sobre destrezas, habilidades, gustos, expectativas prioridades y aspiraciones de los jóvenes participantes, con el fin de garantizar la asistencia y buena disposición. Como acuerdo de compromiso, pero también como gesto de agradecimiento y retribución, se pactó que los participantes debían realizar réplicas con grupos de trabajo en diferentes ciudades o sedes que tiene la organización en Colombia.

De esta forma se inició la capacitación, presentando la importancia de ser minuciosos, a la hora de producir una pieza comunicativa, reconociendo las características de un titular, los textos de apertura, el cuerpo del texto y el cierre, reforzando el uso adecuado de la ortografía y puntuación, y resaltando la investigación como fundamento de un trabajo idóneo y profesional, en la búsqueda y desarrollo de contenidos de calidad; también se trabajó en la utilización de imágenes y texto cortos, para lograr transmitir en forma correcta una idea; creando mensajes concretos y claros, para al final, producir un comunicado de calidad. Se trabajó con el celular como herramienta, a falta de cámaras fotográficas, orientados por un fotógrafo profesional como Pablo Salgado, quien, a partir de su experiencia, motivó a los participantes a explorar con sus equipos; el manejo de luz, la posición, el jugar con sombras para encontrar el momento preciso de tomar la foto, y con esto obtener buenas imágenes para ser utilizadas en la producción de los

contenidos. Con Javier Garzón, diseñador gráfico, se elaboraron poster que utilizando diferentes herramientas digitales gratuitas para el diseño. Con Dagoberto Moreno, videógrafo, se abordó la edición de vídeo recurriendo también a programas gratuitos y de fácil uso y acceso en internet.

Las aplicaciones de redes sociales virtuales han ido tomando fuerza, siendo espacios alternativos que incluso, llegan a desplazar los medios de comunicación tradicionales o masivos, en la difusión de contenidos, con Hanna Muñoz experta en el tema, se hizo una revisión a los contenidos publicados por la organización, encontrado que algunos de ellos no cumplían con los objetivos de la comunicación, se planteó que en adelante se debía trabajar con calendarios de contenido, programación de publicaciones, incluir llamados de acción, conocer la audiencia social, interactuar y participar en conversaciones con los usuarios, favorecer el contenido colaborativo y sobre todo, perder el miedo de compartir contenido y utilizar herramientas de social media.

Como resultado de las actividades de fortalecimiento de estas competencias y habilidades en el abordaje teórico y el uso práctico de herramientas comunicacionales, se consolidó un ambiente de seguridad y confianza dentro del grupo participantes y con los directivos de la organización, quienes manifestaron notar el cambio en la gestión de las comunicaciones, mejora en las dinámicas de comunicación interna y cambios en el ambiente de trabajo.

Conclusiones

Incentivar procesos de formación al interior de las organizaciones incide de manera directa en la disposición de sus integrantes, potenciando competencias y habilidades que aportan al enriquecimiento de la cultura institucional y por ende, al fortalecimiento y cumplimiento de su misión institucional, con el beneficio extendido de acercar a las personas, lograr sentido de pertenencia, dar valor al capital humano y social de los actores sociales traducido en saberes y experiencias puestos al servicio del bienestar la comunidad, la consolidación de la organización.

Es importante trascender la visión de redes sociales como aplicaciones y plataformas de encuentro y difusión de información y contenidos, es fundamental comprender, por parte de los stakeholders (partes interesadas), que las redes de relación social son vínculos complejos fundamentales para el crecimiento y consolidación de las organizaciones, como para los beneficiarios, aliados y personal de la organización.

IYF Colombia es una organización internacional muy grande, aun así, se identificaron debilidades, así como oportunidades de mejora, por lo cual será siempre recomendable el que las organizaciones estén periódicamente realizando ejercicios diagnósticos y de autoevaluación.

Referencias

- Beltrán, L. (1979) “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. Recuperado de <http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Martín, P. (1999). El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-151. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Rúa, A. (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social. En Portularia, vol. VIII, (1), pp. 9-21. Universidad de Huelva. Huelva, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161017350001>